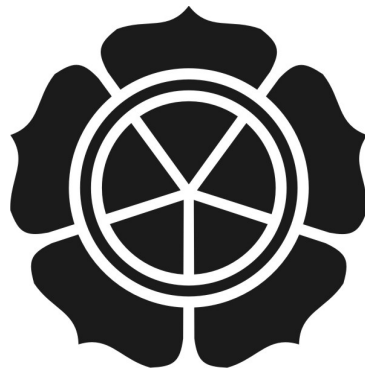


PERANCANGAN IKLAN TV KOPIKOPI CAFE YOGYA DI TATV

SKRIPSI



disusun oleh

Damel Fitra Sazuli

03.12.0490

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA
2011**

PERANCANGAN IKLAN TV KOPIKOPI CAFE YOGYA DI TATV

Skripsi

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Damel Fitra Sazuli

03.12.0490

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AMIKOM
YOGYAKARTA
2011**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

PERANCANGAN IKLAN TV KOPIKOPI CAFE YOGYA DI TATV

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Damel Fitra Sazuli

03.12.0490

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 15 April 2008

Dosen Pembimbing,

Amir Fatah Sofyan, St.M.Kom
NIK. 190302047

PENGESAHAN

SKRIPSI

Perancangan Iklan TV KopiKopi Cafe Yogya di TaTV

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Damel fitra sazuli

03.12.0490

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 07 Juni 2011

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Amir Fatah Sofyan, ST, M. Kom.
NIK. 190302047

Melwin Syafrizal, S. Kom, M. Eng.
NIK. 190302105

Krisnawati, S. Si, Mt.
NIK. 190302038

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 01 Desember 2011

KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

MOTTO

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 18 Juni 2011



Damel Fitra Sazuli

NIM 03.12.0490

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah,akhirnya selesai juga skripsi ini.
Pertama –tama aku ucapkan Puji Syukur Kepada Allah SWT
atas segala Rahmat yang telah Engkau berikan kepada hamba-Mu ini.
Skripsi ini kupersembahkan untuk orang-orang yang aku sayangi untuk ke
dua orang tuaku yang senantiasa yang selalu mendukungku.

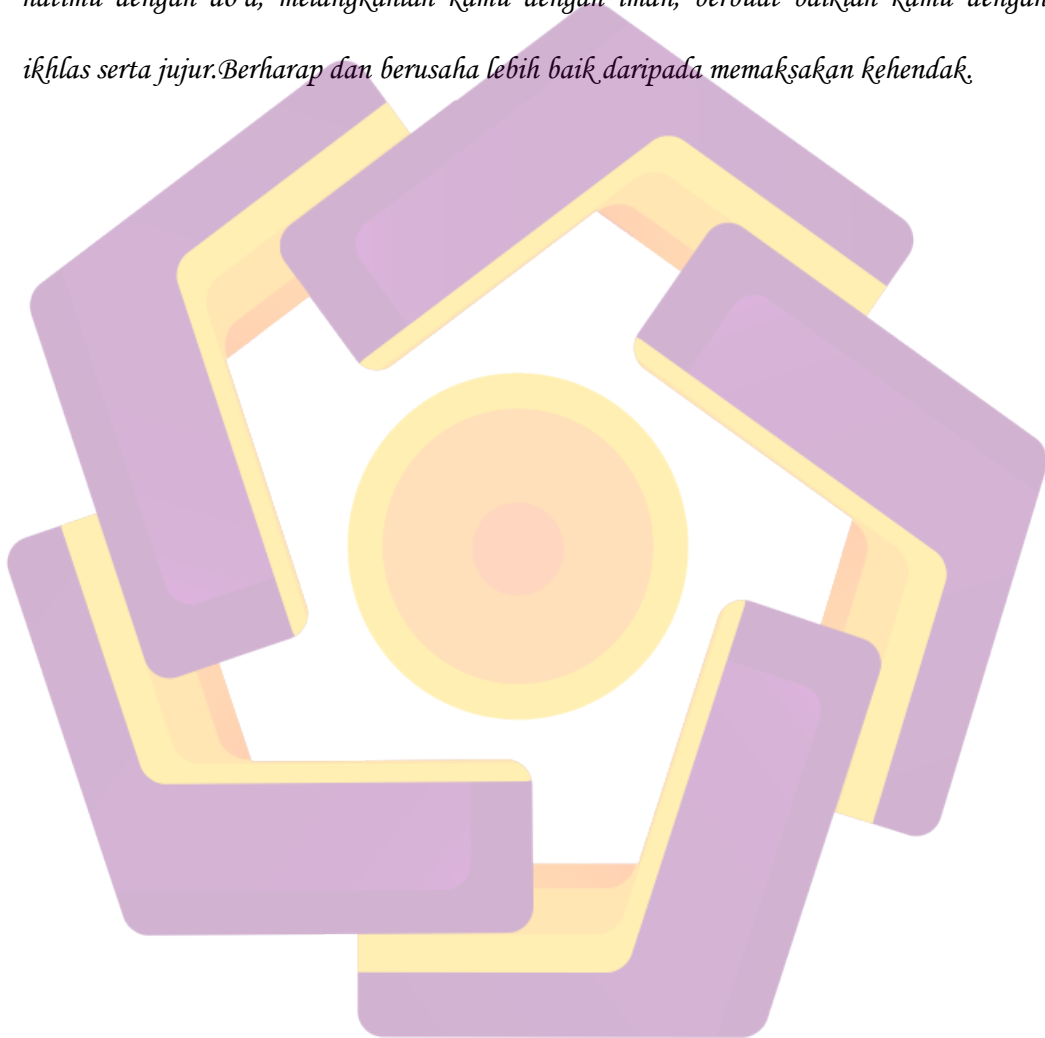
Terima kasih atas dukungannya,
yang senantiasa memberikan kekuatan dan kemampuan
untuk menyelesaikan study di STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Special thanks for :

Chandra Kirana yang senantiasa membantu skripsi ini.
Untuk orang yang aku sayangi selalu
Temen –temen seperjuanganku satu kost,
Terima kasih ya atas bantuanya n' kerja sama kalian selama ini,
Semoga kita semua di beri kesehatan dan masih dalam lindunganNya
sehingga bisa bertemu kembali.
Amin.....

MOTTO

- *Kisah yang lalu adalah kenangan, kisah sekarang adalah kenyataan, kisah esok adalah masa depan.*
- *Cucilah wajahmu dengan air wudhu, bersujudlah kamu jika melakukan dosa, obatilah luka hatimu dengan do'a, melangkahlah kamu dengan iman, berbuat baiklah kamu dengan penuh ikhlas serta jujur. Berharap dan berusaha lebih baik daripada memaksakan kehendak.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul Perancangan Iklan TV Kopi – Kopi Café di Yogyakarta di TA TV ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana teknik Informatika.

Penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis dikecembungkan ini menyampaikan rasa terimakasihnya kepada :

1. M. Suyanto, MM selaku Ketua STMIK AMIKOM Jogjakarta
2. Amir Fatah Sofyan, St.M.Kom selaku dosen Pembimbing
3. Melati Dyan Utami, Produser Cinepak Production
4. N. Hidayat, Sutradara dan Editor Iklan kopikopi

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, pihak akademisi pada khususnya serta para pembaca pada umumnya.

Jogjakarta, Mei 2011

Penulis

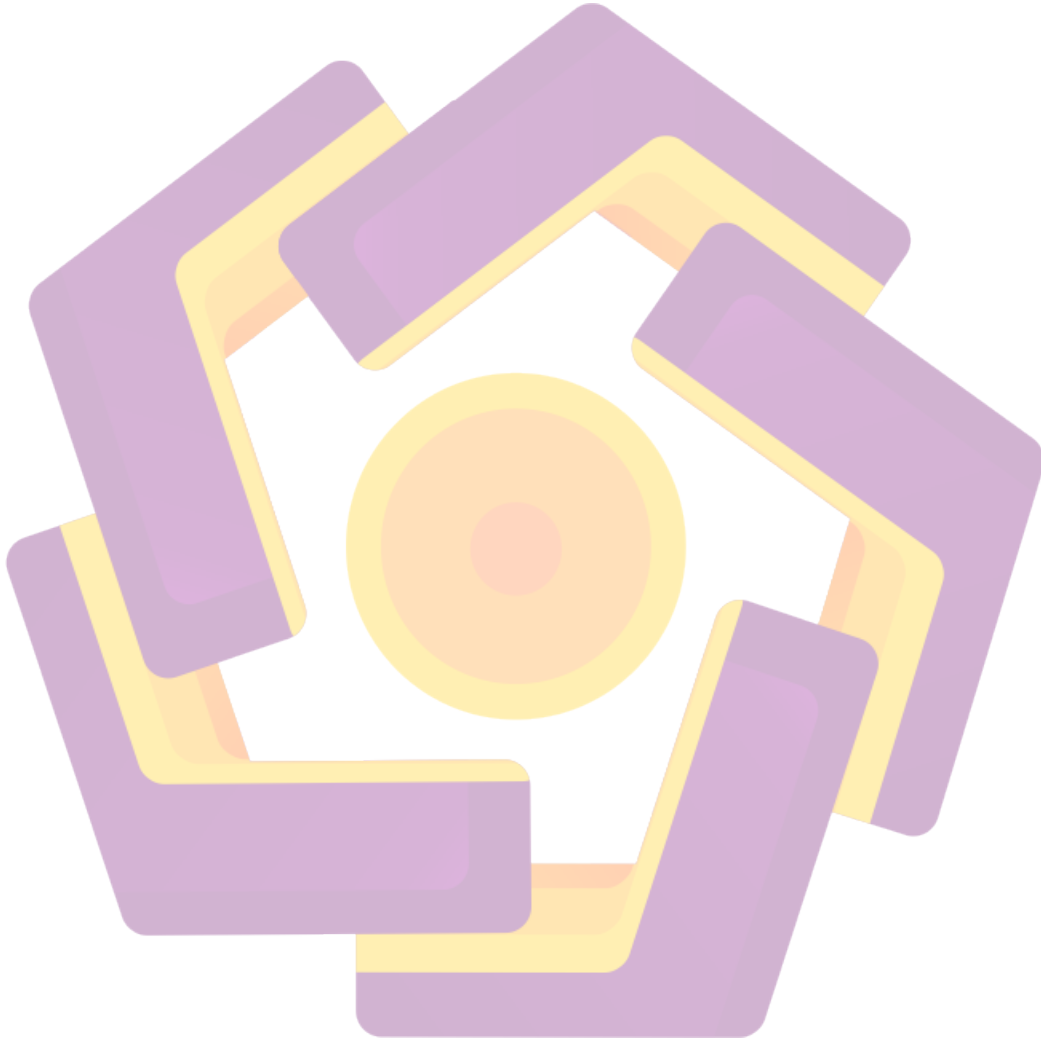
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN BERITA ACARA	iii
HALAMAN KATA MUTIARA	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan	3
1.5. Metode Pengumpulan Data	4
1.6. Sistematika Penulisan	5
1.7. Schedule Produksi Iklan	7
BAB II DASAR TEORI	8
2.1. Konsep Dasar Periklanan	8
2.2. Management Periklanan	9
2.3. Penetapan Tujuan Iklan	10
2.4. Daya Tarik Pesan	11
2.5. Gaya Dalam Pelaksanaan Pesan Iklan	15
2.6. Anggaran Periklanan	18
2.7. Peralatan Dasar Produksi Iklan	19
2.8. Sinematografi	25
2.9. Teknik Pengambilan Gambar	27
2.10. Teknik Kamera	29
2.11. Kamera Angle.....	31
2.12. Perangkat Multimedia Yang Digunakan.....	33

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN.....	40
3.1. Analisis Iklan	40
3.2. Identifikasi Masalah	40
3.3. Analisis Biaya Manfaat	41
1. Analisis Biaya	41
2. Analisis Manfaat.....	42
3. Perhitungan Analisis Biaya Manfaat	42
4. Metode Payback Period	44
5. Metode Pengembalian Investasi.....	44
6. Metode Nilai Sekarang bersih.....	45
7. Analisis kebutuhan Sistem.....	48
8. Kebutuhan Perangkat Keras.....	48
9. Kebutuhan Perangkat Lunak.....	49
3.4. Perancangan Iklan.....	49
1. Pra Produksi.....	49
2. Produksi.....	56
3. Paska Produksi.....	57
BAB IV PEMBAHASAN.....	58
4.1. Capturing.....	58
4.2. Editing.....	61
4.3. Coloring	71
4.4. Mastering	72
BAB V PENUTUP	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pelaksanaan Produksi Iklan	7
Tabel 3.1 Tabel Perhitungan Biaya Manfaat Iklan	43
Tabel 3.2 Tabel Kelayakan	47
Tabel 4.1 Tabel Keterangan Jendela Capture	59
Tabel 4.2 Tabel Keterangan Lembar Kerja Adobe Premiere Pro 1.5	7



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Proses Manajemen Periklanan	9
Gambar 2.2 Kamera Sony PD 170	35
Gambar 2.3 Kaset Mini DV (Panasonic)	36
Gambar 2.1 Adobe Premier Pro 1.5	37
Gambar 2.1 Adobe Audition 1.5	39
Gambar 3.1 Contoh Photoboard	52
Gambar 3.2 Iklan kopi – kopi dengan Strategi Brand Image dan Positionin.....	55
Gambar 4.1 Perangkat Capture	58
Gambar 4.2 Jendela Capture	59
Gambar 4.3 Tampilan Lembar Kerja Adobe Premiere Pro 1.5	63
Gambar 4.4 Jendela Project Adobe Premiere Pro 1.5	64
Gambar 4.5 Jendela Monitor Adobe Premiere Pro 1.5	65
Gambar 4.6 Jendela Timeline Adobe Premiere Pro 1.5	66
Gambar 4.7 Jendela Tool Adobe Premiere Pro 1.5	67
Gambar 4.8 Jendela Title/Teks Adobe Premiere Pro 1.5	69
Gambar 4.9 Contoh Pembuatan Animasi Teks Adobe Premier Pro 1.5	69
Gambar 4.10 Hasil Animasi Title/Teks Adobe Premiere Pro 1.5	70
Gambar 4.11 Tampilan YC Waveform	71
Gambar 4.12 Proses Coloring	72
Gambar 4.13 Tampilan Adobe Media Encoder	73

Intisari

Komunikasi merupakan peristiwa social yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lainnya. Dan ini dapat dilakukan dimanapun tanpa mengenal tempat dan waktu atau dengan kata lain, komunikasi dapat dilaksanakan “ kapan saja dan di mana saja”. Dengan demikian komunikasi merupakan bagian dari kehidupan sehari – hari bahkan dapat dikatakan sebagai manifestasi kehidupan itu sendiri.

Perkembangan ilmu Komunikasi berkembang dalam segala hal, misalnya dalam teknologi informasi ada iklan televisi, website, iklan cetak. Teknologi informasi merupakan salah satu bentuk pemanfaatan dari kemajuan teknologi computer yang sangat mendasar. Karena kebutuhan masyarakat dunia akan informasi dewasa ini semakin meningkat, sehingga keberadaan computer dirasa sangat selaras dalam upaya pemenuhan kebutuhan tersebut. Sebagai salah satu aplikasi computer adalah multimedia periklanan televisi.

Multimedia merupakan salah satu cara yang tepat untuk mempermudah penyampaian informasi dalam bentuk audio video. Dengan adanya multimedia manusia bisa berinteraksi dengan komputer melalui media gambar, teks, audio, animasi dan video. Selain itu multimedia juga mampu menghasilkan sesuatu menjadi lebih hidup dan menarik. Sebagai contoh, multimedia dapat digunakan untuk membuat iklan televisi, untuk keperluan presentasi atau seminar, mendesain majalah dan membuat film-film animasi, seperti film-film kartun, bahkan pembuatan film cerita maupun pembuatan video klip musik.

Kata kunci : Multimedia salah satu cara untuk yang tepat untuk mempermudah penyampaian informasi dalam perancangan iklan TV kopikopin kafe yogya.

ABSTRACT

Communication is a social event that occurs when humans interact with other humans. And this can be done anywhere without knowing the place and time or in other words, communication can be carried out "anytime and anywhere". Thus communication is a part of everyday life - the day can even be said to be a manifestation of life itself.

The development of science communication develops in all respects, for example in information technology there are television commercials, websites, print ads. Information technology is one form of utilization of computer technology advances very basic. Because the needs of the world community will present information increases, so the presence of computer feels very aligned in the effort to fulfill those needs. As one of the computer application is a multimedia television advertising.

Multimedia is one way to facilitate the delivery of information in audio form video. With the multimedia humans could interact with computers through media images, text, audio, animation and video. Also multimedia is also able to produce something more lively and interesting. For example, multimedia can be used to make a television commercial, for presentations or seminars, design magazines and making animated films, such as cartoons, stories or even filming the music video making.

Keyword : *multimedia is one to facilitate the delivery of informasi in plan of kopikopi cafe yogya TV commercial.*